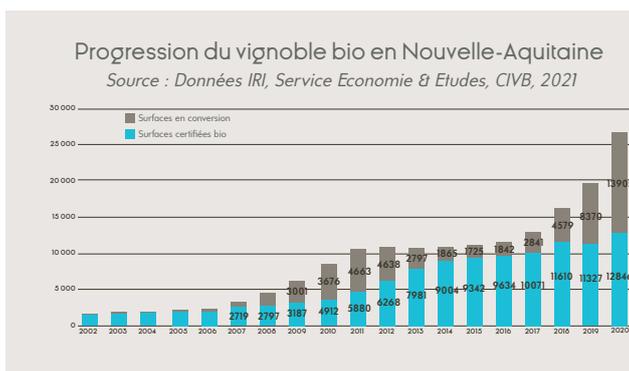


TRANSFORMATION TENDANCE DES MARCHÉS

LES VINS BIO EN 2020

QUELLES ÉVOLUTIONS DEPUIS LA CRISE ?

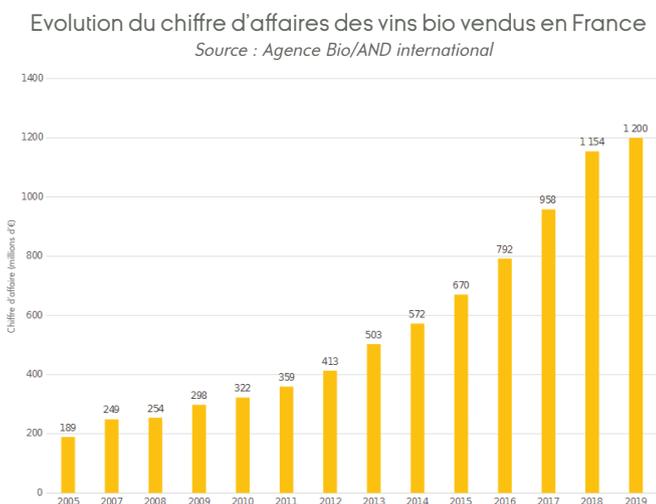
Avec ou sans COVID-19, depuis 3 ans la production de vins bio se développe à un rythme plus soutenu. La surface viticole bio française augmente tous les ans, depuis plus de dix ans, atteignant aujourd'hui 17 % du vignoble français.



En Gironde (1er département français en surfaces de vignes bio), plus de 6 000 hectares sont entrés en première année de conversion en 2020, soit environ 250 exploitations viticoles girondines qui ont fait le choix de l'AB l'an dernier (sur un total de 1 034 aujourd'hui). La Dordogne abrite déjà 27 % de ses surfaces engagées en bio avec 3 124 ha et le Lot-et-Garonne, 1/5^{ème} de son vignoble sur 1 257 ha.

Une demande dynamique en vins bio

La demande de vins bio continue de croître. Si la consommation générale de vin diminue en France, la part des vins bio, elle, ne cesse d'augmenter depuis déjà une quinzaine d'années.



Après le premier confinement, on mesure une croissance de 7 % de la vente de vins bio entre juin 2020 et juin 2021 en grandes surfaces (alors que la vente de vins conventionnels diminue de 1 %)¹.

On ne peut plus réduire le vin bio à un effet de mode passager. Ce produit est bien établi dans les volontés de consommation et les prévisions montrent qu'elle va continuer d'augmenter : on consomme moins de vin mais " mieux " !

L'autonomie commerciale se vérifie en contexte de crise sanitaire

Le vigneron bio l'a bien compris, pour assurer la pérennité économique de son exploitation, il faut commercialiser soi-même son vin. Fait maintenant bien connu, le vigneron bio a

l'habitude de diversifier ses circuits de distribution. En France, vente directe, restauration, cavistes, magasins spécialisés et grande distribution sont les 5 grands canaux de distribution des vins bio². En moyenne, les viticulteurs bio en utilisent au moins quatre³. Et les vigneron bio sont également présents à l'export, avec ou sans intermédiaire, puisque 43 % des vins bio sont exportés hors du territoire français.

La crise sanitaire liée à la COVID-19 a bien évidemment perturbé tous les canaux de distribution. L'export s'est effondré, alors qu'il était déjà impacté par la taxe Trump sur le marché américain et les problèmes réglementaires sur le marché chinois. Le réflexe des vigneron bio a donc été de se concentrer sur le marché français.

En France, les confinements ont durement touché les restaurateurs, et, dans une moindre mesure, les cavistes (notamment lors du 1^{er} confinement au cours duquel les règles d'ouverture sont restées floues). L'annulation de l'ensemble des salons professionnels et grand public a empêché les viticulteurs de rencontrer les acheteurs, professionnels comme particuliers. La situation économique des vigneron bio a été fortement impactée par cette crise sanitaire. Une étude interne réalisée par Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine, la seule à notre connaissance à mesurer les conséquences de la COVID-19 sur le commerce des vins bio, démontre que 75 % des vigneron bio enquêtés ont connu une baisse importante de leur chiffre d'affaires (les pertes étant largement dépendantes des circuits de distribution majoritairement utilisés, les pires étant celles des vigneron bio spécialisés à l'export). En mars 2020, les vigneron bio les plus touchés déclaraient des pertes d'environ 35 % de leur chiffre d'affaires, par rapport à la même période 2019.

2021, année de reprise

L'habitude qu'ont les vigneron bio de choisir plusieurs canaux de distribution, et en premier lieu la vente directe, a cependant permis d'amortir un peu l'impact de la crise



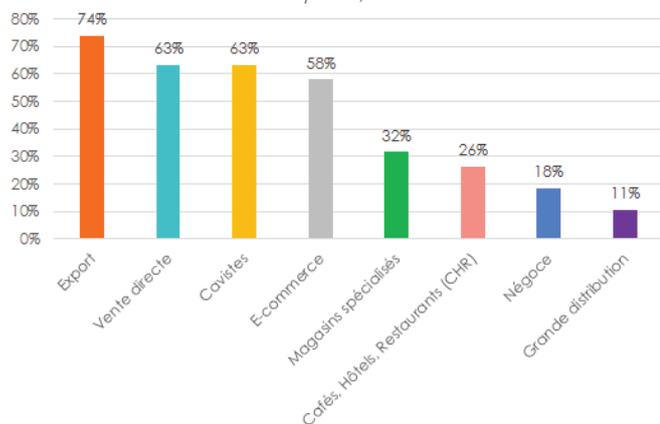
TRANSFORMATION TENDANCE DES MARCHÉS

sanitaire sur le commerce des vins biologiques. L'étude menée par Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine montre que les vigneron·ne·s ont largement investi la vente directe. Soit en proposant à leur clientèle habituelle de faire preuve de solidarité, quitte à offrir les frais de port. Soit en investissant la vente en ligne. Ceci explique d'ailleurs que 25 % des enquêtés aient amélioré leur situation économique pendant la crise, en se positionnant sur ce segment à forte valeur ajoutée. Les vigneron·ne·s se sont également davantage tournés vers le négoce, intermédiaire classique de la grande distribution, qui elle, a plutôt bien résisté (cf. étude IRI citée plus haut). Des décalages d'approvisionnement dans les Foires aux Vins sont toutefois à noter, puisque celles du printemps 2020 n'ont pas eu lieu. Il semble aussi que le circuit des cavistes ait réussi à résister en 2020.

Les prémices de l'année 2021 laissent penser, au dire de vigneron·ne·s, que le commerce des vins biologiques reprend à un rythme plus soutenu. Les Etats-Unis sont fortement demandeurs, ainsi que le Japon. En France, les restaurateurs reviennent sur le devant de la scène, les Foires aux Vins d'automne se positionnent largement sur la bio et les salons de vente directe devraient débuter dès le mois d'octobre. Ce contexte incroyablement compliqué provoqué par la COVID-19 n'a fait que confirmer l'importance de l'autonomie commerciale. Les viticulteurs bio l'ont parfaitement compris. Interrogés sur les circuits à privilégier en sortie de crise, ces derniers souhaitent cibler en priorité l'export (74 %), les cavistes (63 %), la vente directe (63 %), et plus loin derrière, le vrac (18 %) par exemple !

Les répondants souhaiteraient développer en priorité...

Source : Bio Nouvelle-Aquitaine, mars et novembre 2020



Travailler son autonomie commerciale : de nombreux outils à disposition

Le seul fait de proposer du vin biologique n'est plus une garantie de (bien) vendre. L'arrivée de nouveaux vigneron·ne·s bio, la réorientation vers le marché français, l'inertie relative des circuits intermédiaires obligent chaque viticulteur bio à s'investir pleinement dans la commercialisation de ses vins. Un viticulteur bio doit travailler sa commercialisation avec le même soin qu'il apporte à son raisin et à sa vinification. Et la

stratégie commerciale à mettre en place dépend de chaque exploitation. Il convient aussi de bien connaître ses coûts de production, définir ses besoins, planifier la réorientation éventuelle de ses canaux de distribution, construire sa grille de tarifs, veiller à la cohérence tarifaire... Bref, en bio, on convertit la vigne, le chai... et le commerce.

Des outils sont là pour accompagner les viticulteurs bio dans leur réflexion, mais aussi pour se créer des contacts commerciaux. Le pôle économie de Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine propose plusieurs formations commerciales, des réunions d'information et des fiches pratiques à ses adhérents. Le Mémoire des Vins Bio, les fiches Export, le programme de formations janvier-mars constituent une aide précieuse dans l'élaboration de leur stratégie commerciale.



Le pôle Communication et Événementiel propose aussi aux viticulteurs bio de rencontrer directement les acheteurs professionnels de vins bio, en France (BioBio à Bordeaux, Rennes et Paris) ou à l'export (Wine Paris Vinexpo Paris, Prowein). Des manifestations grand public sont également organisées pour toucher les particuliers (Les Barriquades, Bordeaux Fête le Vin).

Enfin, la commission Economie de Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine accueille tous les vigneron·ne·s bio ou en conversion qui souhaitent réfléchir en commun aux défis commerciaux à relever pour que chacun puisse vivre correctement de son métier.

Rédigé par

Gwénaëlle LE GUILLOU, Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine
direction@vigneronsbionouvelleaquitaine.fr

Anne HUBERT, Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine
economie@vigneronsbionouvelleaquitaine.fr

A consulter :

[Le memorandum économique des vins bio 2020](#) publié par les Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine.

(1) Ventes vins bio - mi 2021 GMS Françaises hors EDMP Données IRI, Service Economie & Etudes, CIVB, 2021

(2) Le marché alimentaire bio en 2019, Édition 2020, Agence Bio/AND international

(3) Etude interne Vignerons Bio Nouvelle-Aquitaine, mars et novembre 2020